

# MARKET MONITOR ASSOCASA

Lorenzo Francolino



FEDERCHIMICA

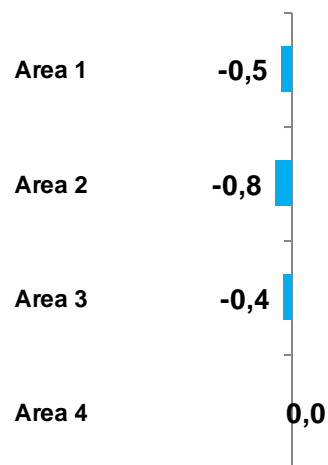
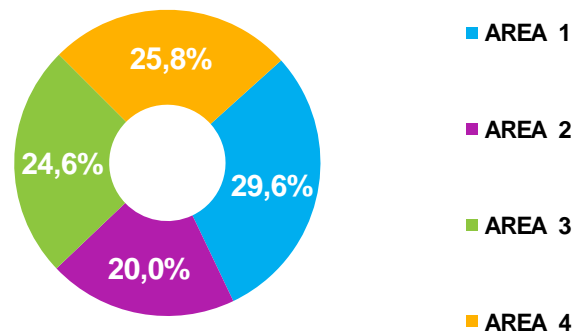
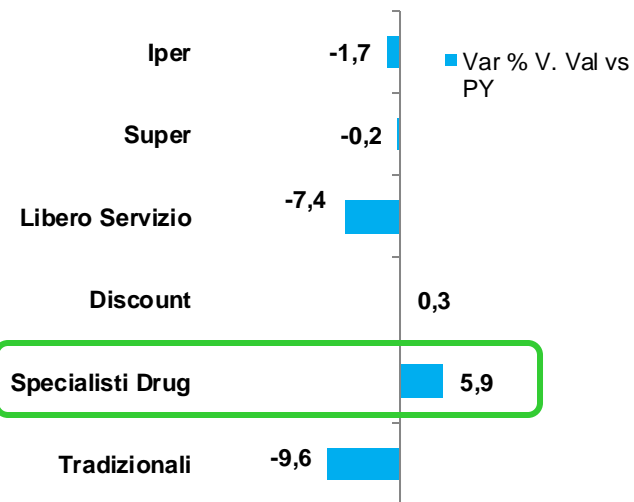
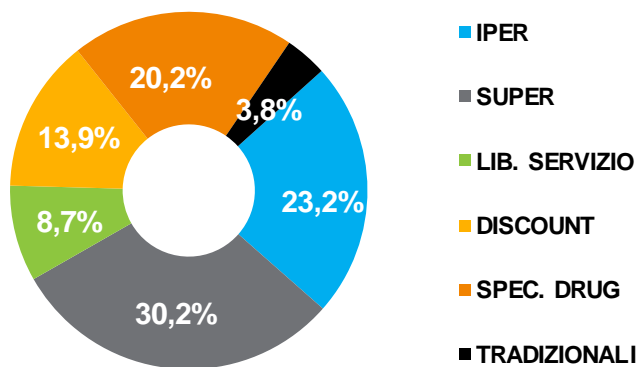
ASSOCASA

Associazione nazionale detersivi  
e specialità per l'industria e per la casa

# OVERVIEW DEL COMPARTO CURA CASA (V.VALORE 3.5 MLD €; VAR -0.2%)

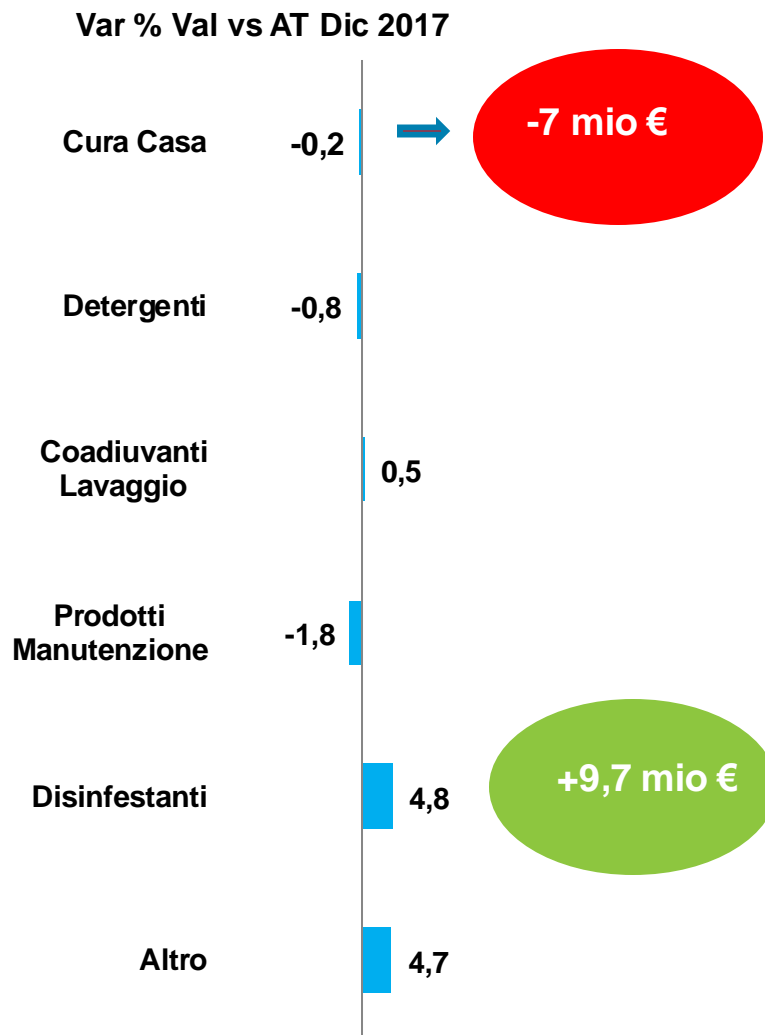
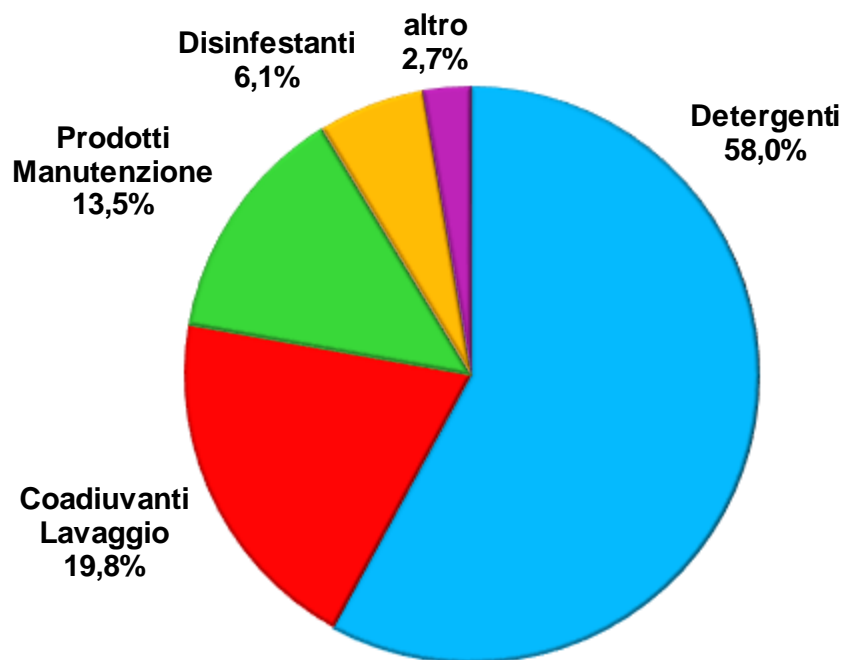
In miglioramento il trend del comparto che nell'ultimo aggiornamento di Agosto registrava -0,8%. Miglioramento guidato soprattutto dagli specialisti Drug

## Peso della Comparto a valori per Canale e Area geografica



# OVERVIEW DEL COMPARTO CURA CASA (V.VALORE 3.5 MLD €; VAR -0.2%)

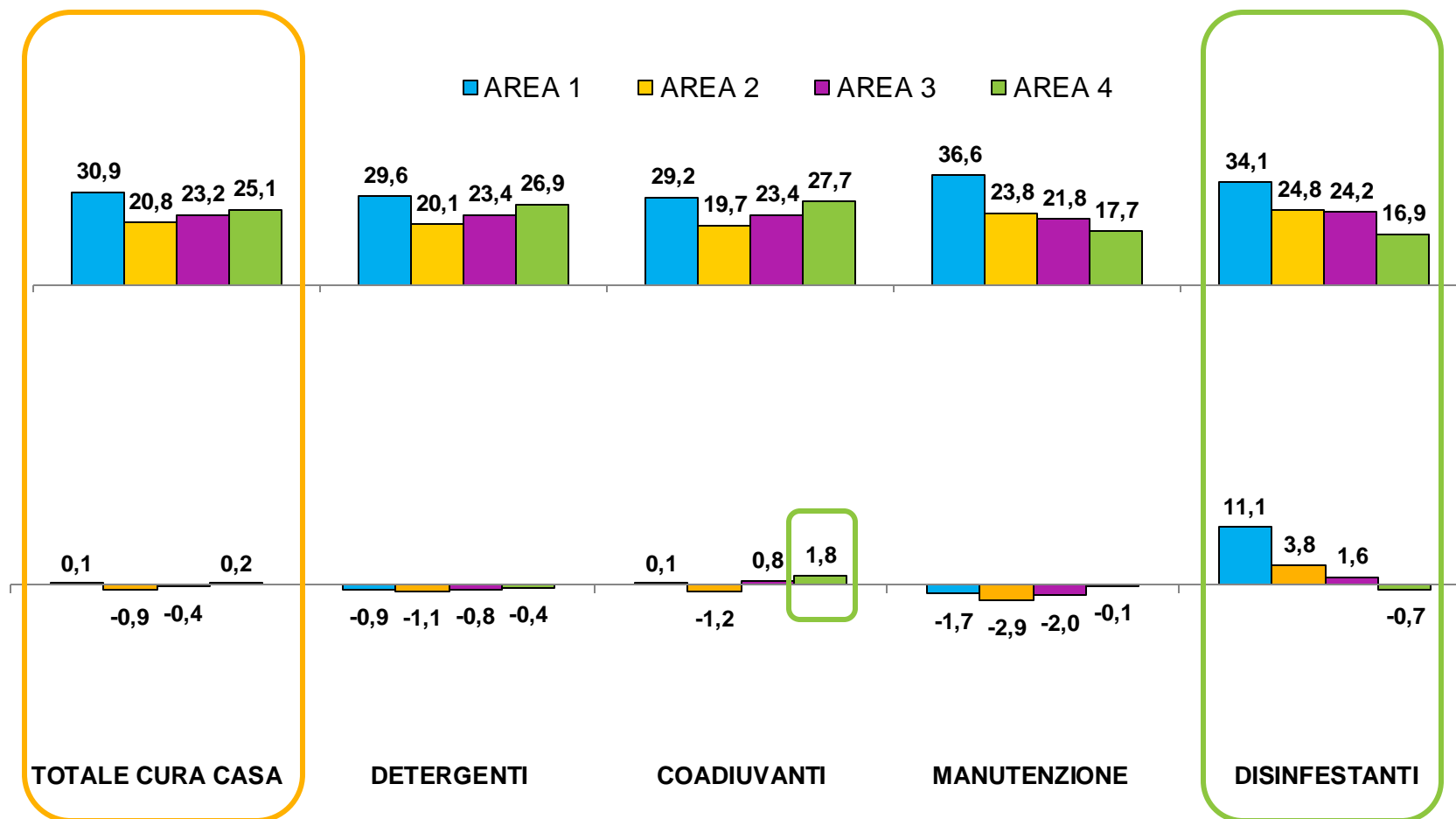
La ripresa è sostenuta principalmente dai Disinfestanti. In lieve crescita i Coadiuvanti mentre i Detergenti confermano il trend negativo di ottobre



# OVERVIEW DEL COMPARTO CURA CASA (V.VALORE 3.5 MLD €; VAR -0.2%)

L'area 2 registra la maggior sofferenza su tutti i segmenti, bene solo i disinfestanti. L'area 4 ha un contributo positivo solo dai coadiuvanti

## Sales location valore e trend area

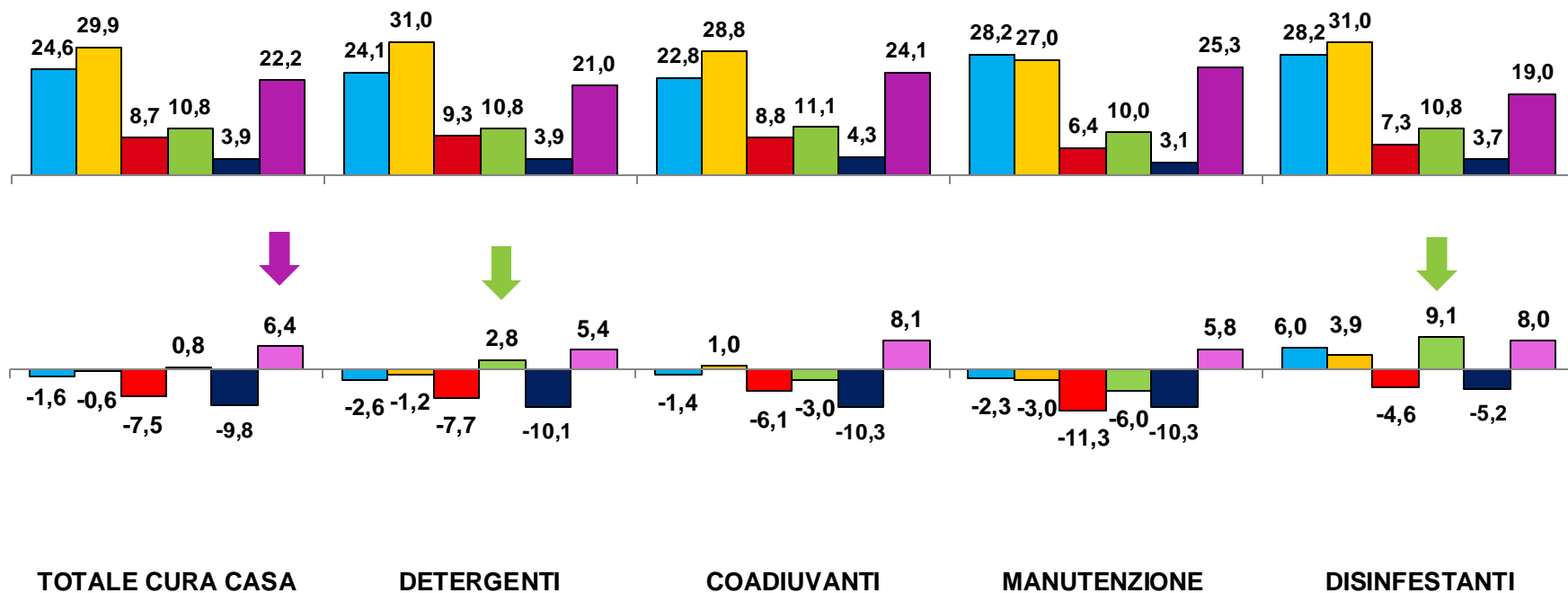


# OVERVIEW DEL COMPARTO CURA CASA (V.VALORE 3.5 MLD €; VAR -0.2%)

Gli Specialisti Drug l'unico canale che registra un aumento di vendite in tutti i comparti. Il canale Discount molto bene su Detergenti e Disinfestanti

## Sales location valore e trend canale

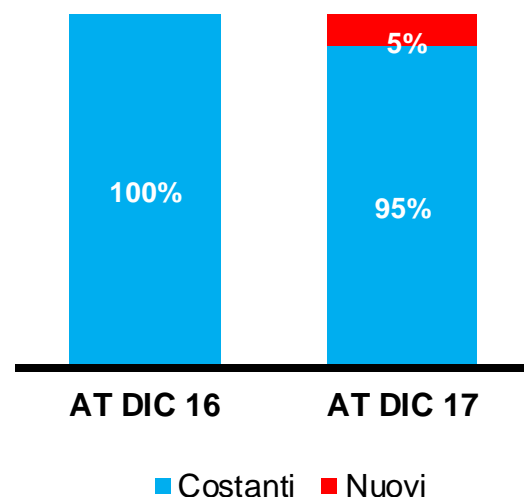
■ Iper ■ Super ■ Liberi Servizi ■ Discount ■ Traditional ■ SSSDrug



# COME HA CONTRIBUITO L'INNOVAZIONE NEL COMPARTO CURA CASA?

Nell'ultimo anno sono state lanciate nel **Cura Casa 2.597 nuovi items**; soltanto l'1% ha raggiunto una WD di 30 o vendite medie settimanali > di 30k€

**Peso a valore nuovi items  
V. Valore (Mio €)**



I nuovi prodotti	N° Referenze	Incidenza Numerica	Incidenza Valore	Velocità d'ingresso (var punti ponderata per settimana)
<b>Marginali - Insuccessi</b>	<b>1.786</b>	<b>68,8%</b>	<b>17,4%</b>	<b>0,005</b>
Discreti	182	7,0%	42,7%	0,225
IN-OUT	601	23,1%	0,6%	-0,009
Successi	28	1,08%	39,2%	0,861
<b>Grand Total</b>	<b>2.597</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,026</b>

**In / Out:** referenze non più presenti nell'ultima settimana dell'anno

**Marginali - Insuccessi:** referenze con ponderata  $\leq 10\%$  e con vendite medie settimanali  $\leq 5.000$  €

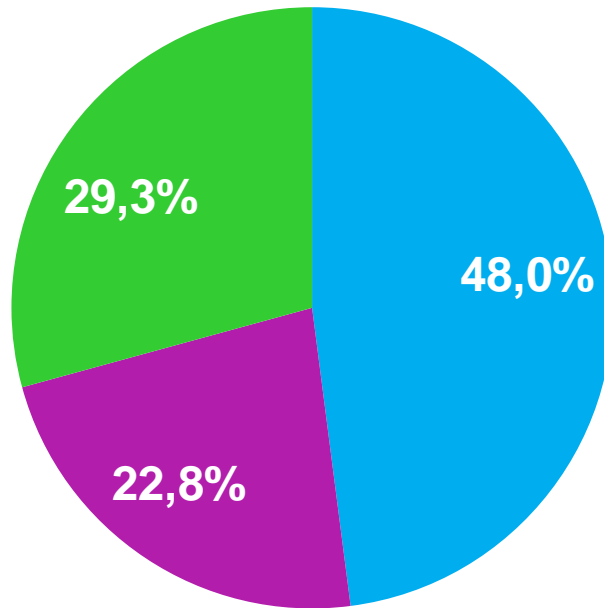
**Discreti:** referenze con ponderata  $\leq 30\%$  e con vendite medie settimanali  $\leq 30.000$  €

**Successi:** referenze con ponderata  $> 30\%$  o con vendite medie settimanali  $> 30.000$  €

# DETERGENTI

Il segmento perde 16M€ vs 2016; in sofferenza tutte le categorie

Giro d'affari Detergenti  
**2.041 Milioni € (-0,8% trend)**  
 -16 mio vs AT DIC 16



Var % vs AT DIC 16

■ BUCATO

-1,1

■ STOVIGLIE E  
LAVASTOVIGLIE

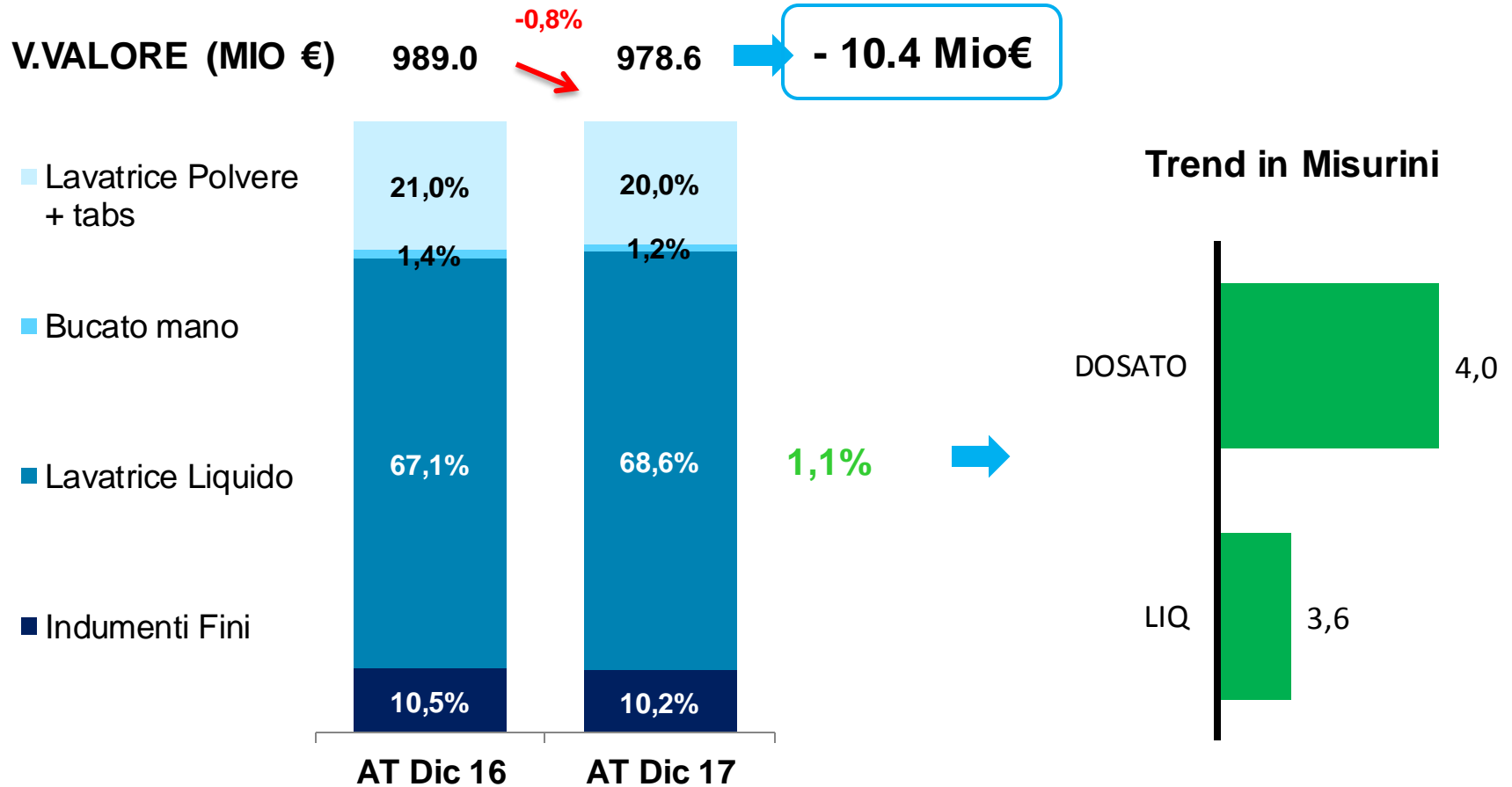
-0,4

■ ALTRI  
DETERGENTI

-0,7

# DETERGENTI - BUCATO

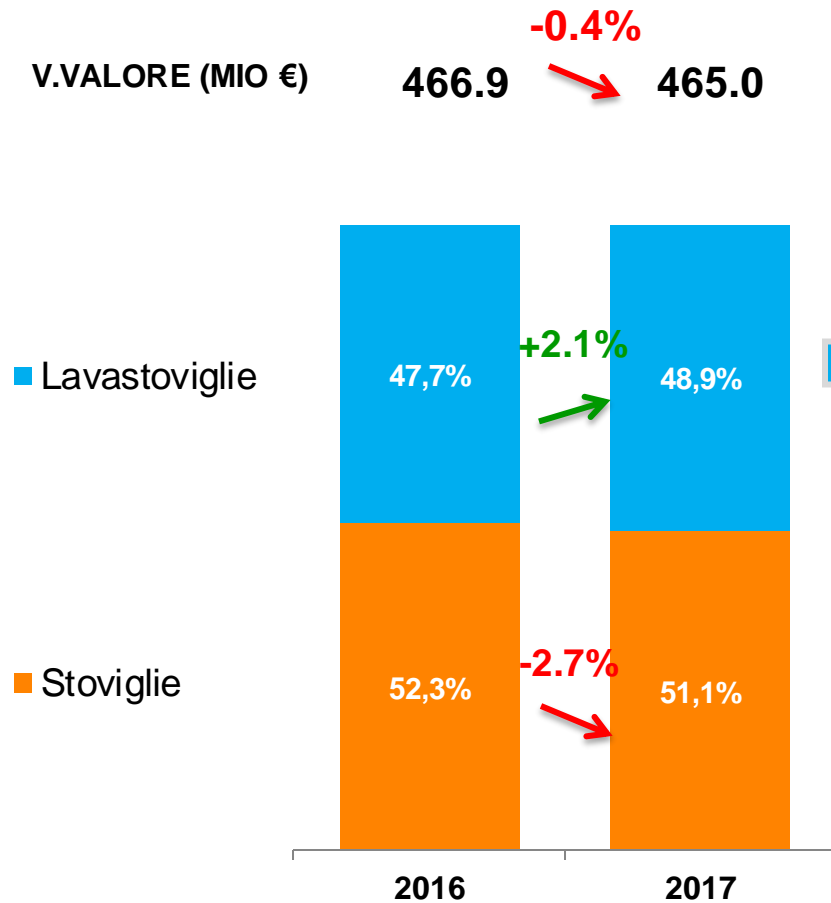
Continua la crescita del segmento liquido grazie anche al Dosato



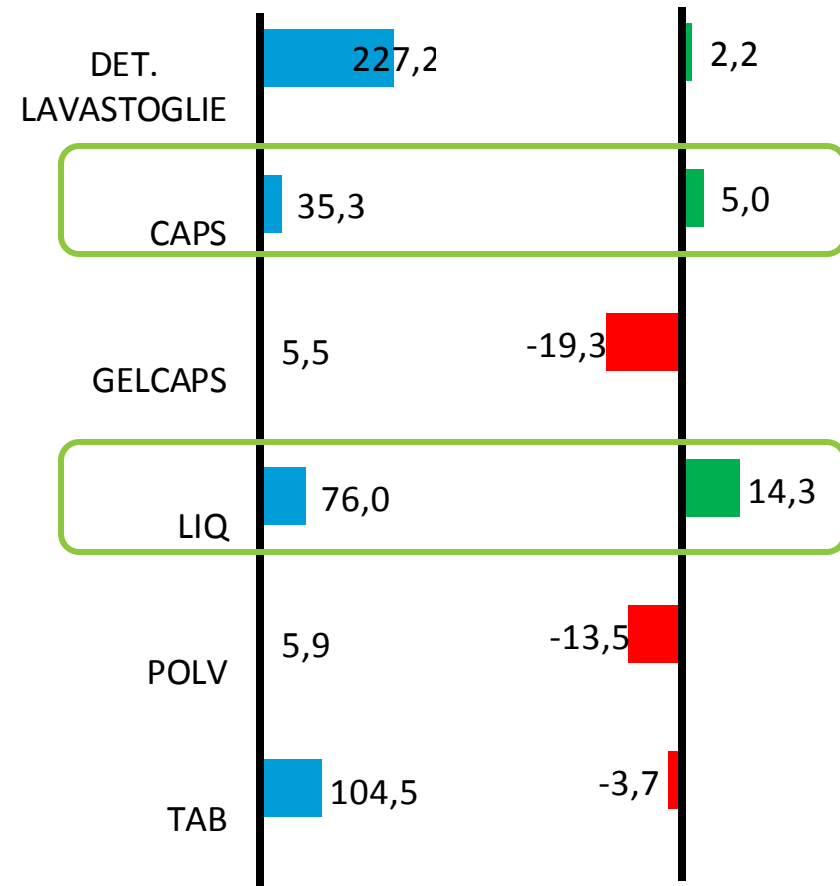


# DETERGENTI – STOVIGLIE

Il segmento lavastoviglie continua a crescere sostenuto da liquido e CAPS

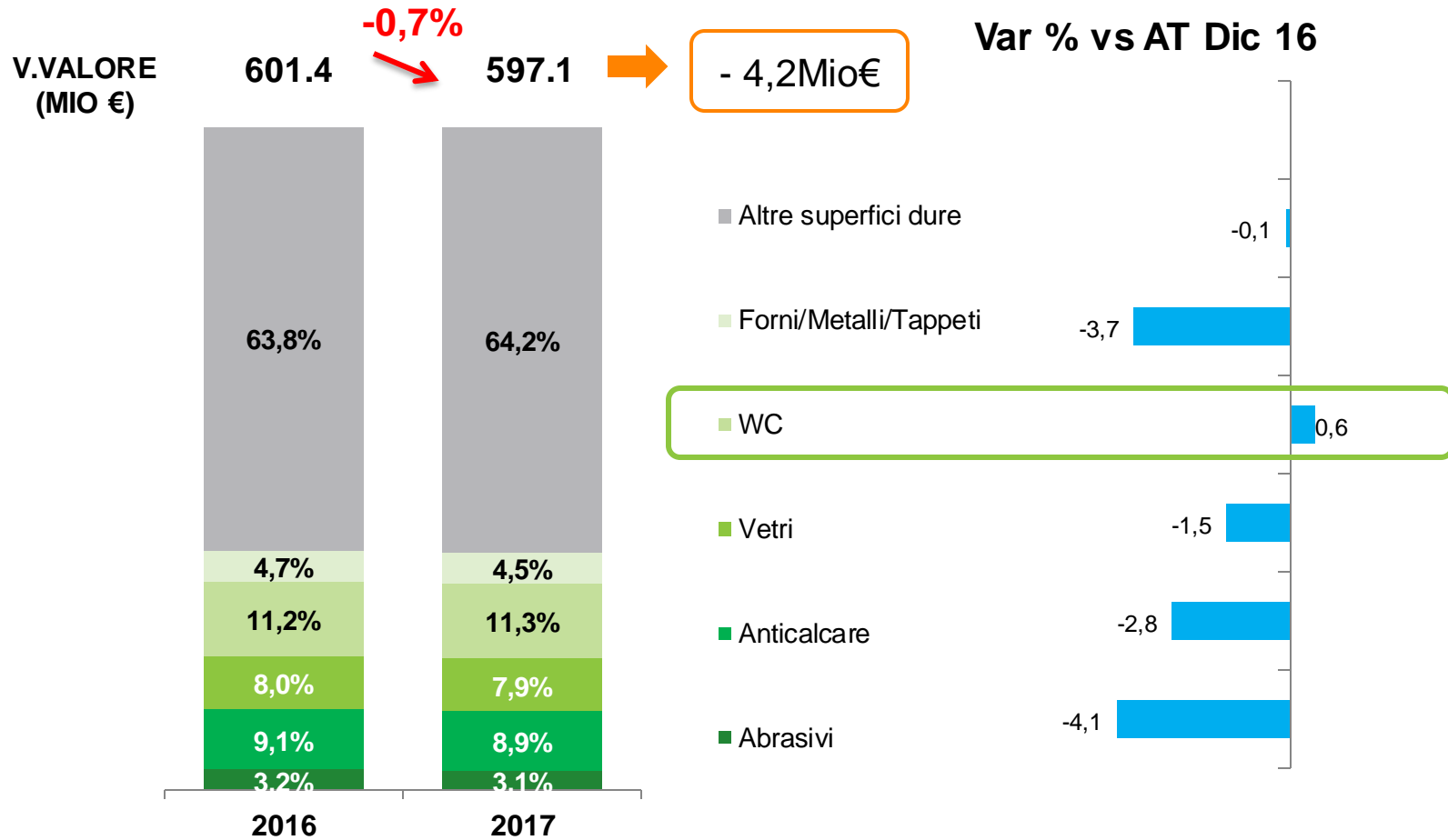


■ Value (in Mio EUR)



# DETERGENTI – ALTRI

Segmento in sofferenza su tutte le categorie ad eccezione dei detergenti WC

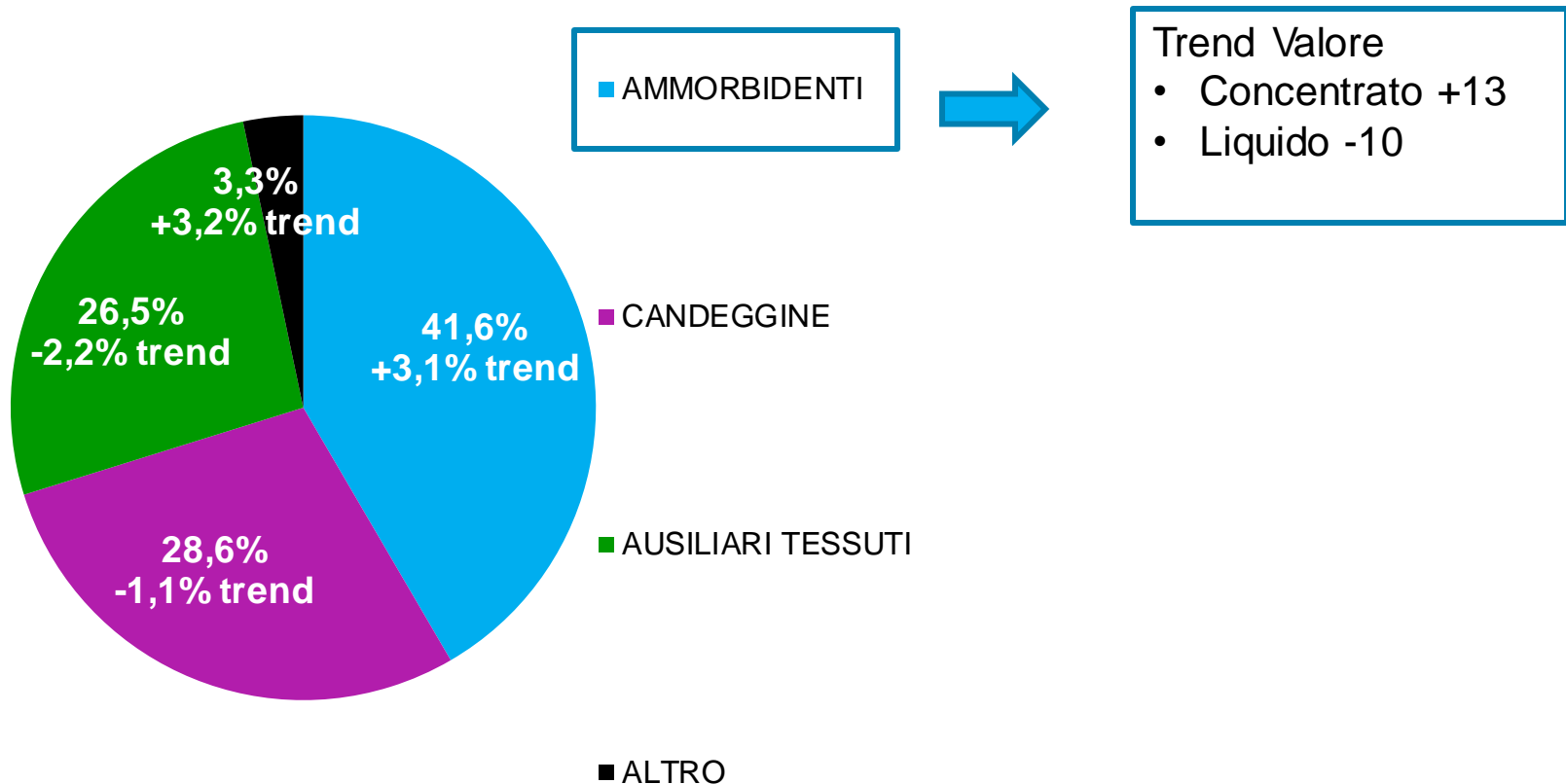


# COADIUVANTI LAVAGGIO

Il segmento cresce trainato dagli ammorbidenti (+8,9M€ vs 2016)

Giro d'affari Coadiuvanti Lavaggio  
**698 Milioni € (+0,5% trend)**

+3,1 mio vs AT DIC 16

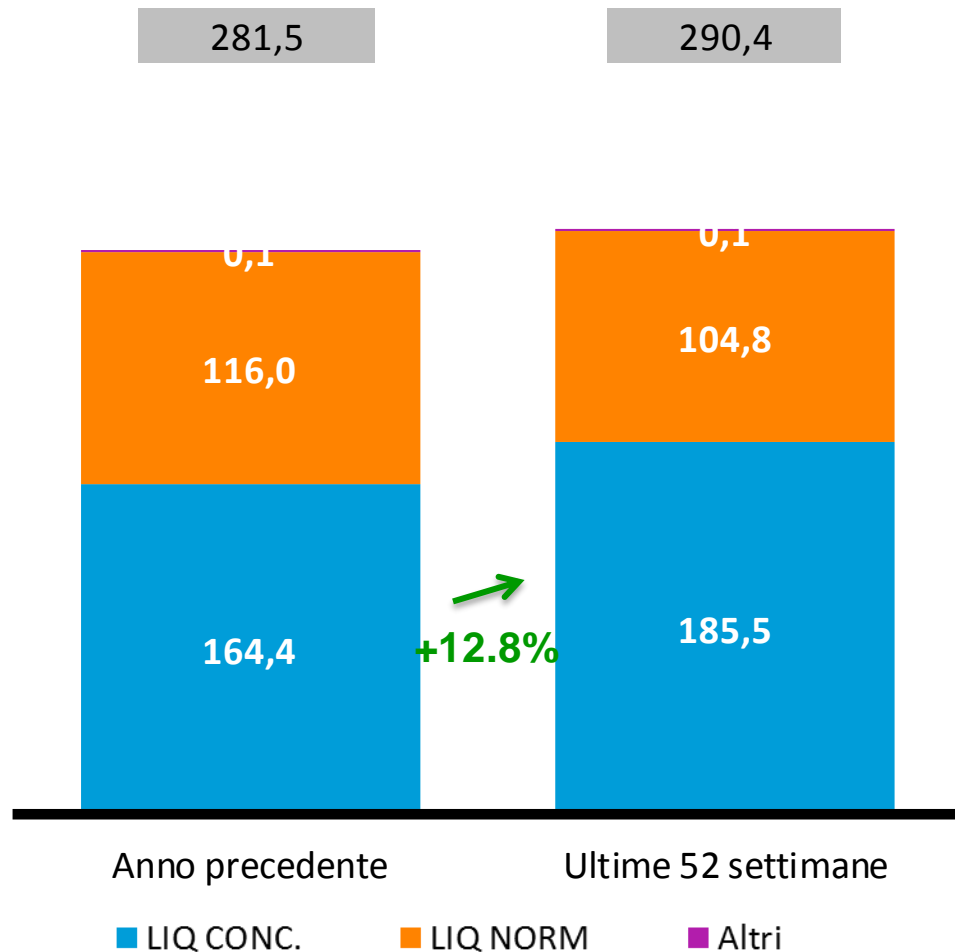


# COADIUVANTI LAVAGGIO - AMMORBIDENTI

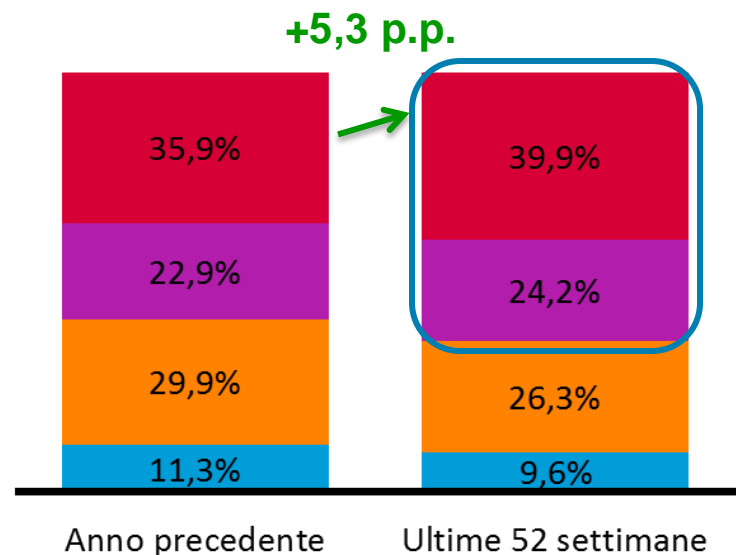
La crescita dell'ammorbidente è guidata dal concentrato che favorisce anche la premiumizzazione del mercato

IT Drug - Ultime 52 settimane - Settimana terminante il 31/12/17

V. Valore (in Mio EUR)



% Valore per fasce prezzo



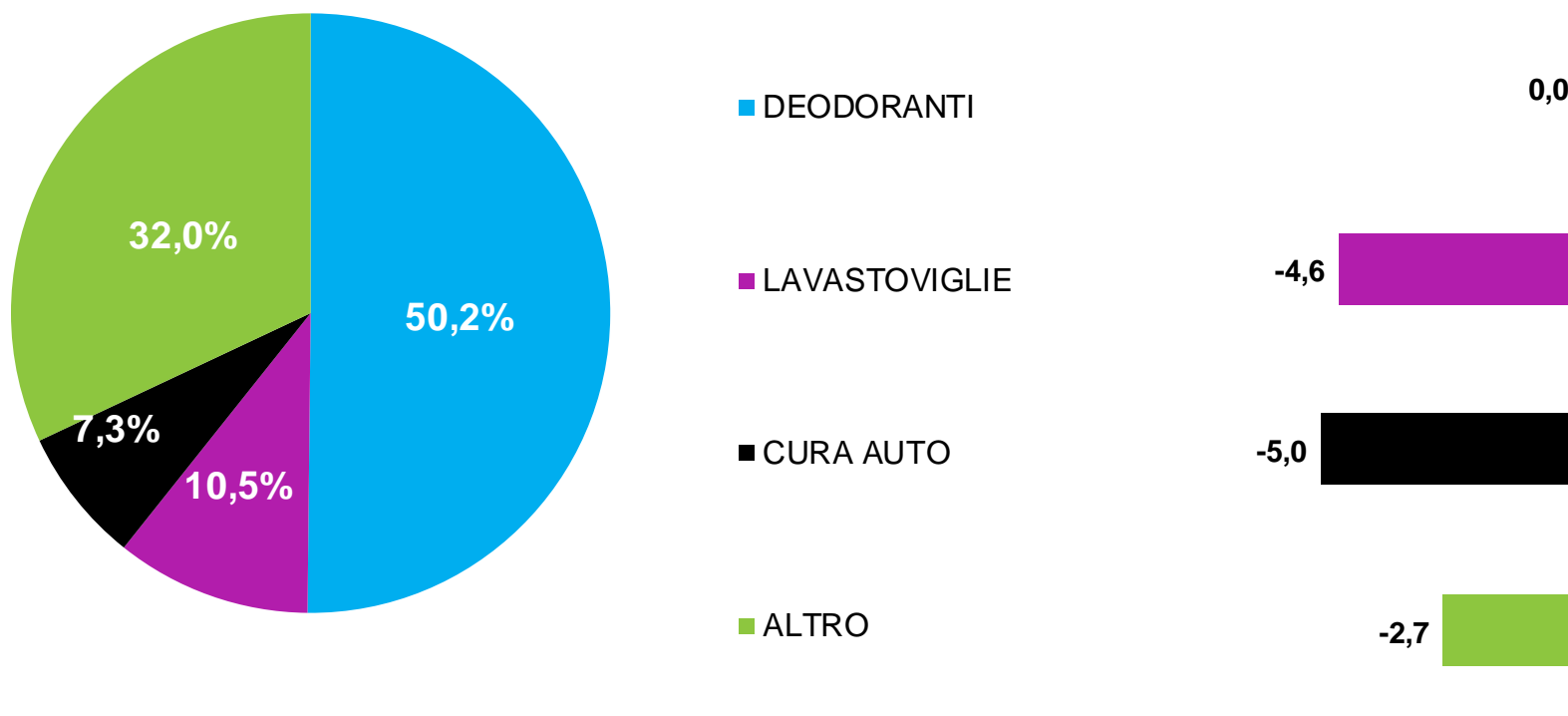
- Prezzo Medio Vol. < 0.69 EUR
- 0.69 EUR < Prezzo Medio Vol. < 1.18 EUR
- 1.18 EUR < Prezzo Medio Vol. < 1.79 EUR
- Prezzo Medio Vol. > 1.79 EUR

# PRODOTTI PER LA MANUTENZIONE

Il trend negativo del segmento arginato dai deodoranti, che hanno tenuto grazie al contributo dei nuovi lanci

Giro d'affari Prodotti per la Manutenzione  
**476 Milioni €**, trend **-1,8%**  
 (-8.5 mio vs AT Dic 16)

Var % vs AT Dic 16



# PREPARATI DISINFESTANTI

Le elevate temperature hanno guidato la crescita (+9,7M€ vs 2016)

Giro d'affari Prodotti per la Disinfestanti

**213 Milioni € , trend 4,8%**

(+ 9,7 mio vs AT Dic16)

**Var % vs AT Dic 16**

